



ЧЕРЕПОВЕЦКИЙ
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
УНИВЕРСИТЕТ

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение

высшего профессионального образования

«ЧЕРЕПОВЕЦКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

**ВЕСТНИК
ЧЕРЕПОВЕЦКОГО
ГОСУДАРСТВЕННОГО
УНИВЕРСИТЕТА**

НАУЧНЫЙ ЖУРНАЛ

Основан в декабре 2002 г.

№ 4 (42). Т. 1 • 2012

ТЕХНИЧЕСКИЕ НАУКИ
ИСТОРИЧЕСКИЕ НАУКИ
ЭКОНОМИЧЕСКИЕ НАУКИ
ФИЛОЛОГИЧЕСКИЕ НАУКИ
ПЕДАГОГИЧЕСКИЕ НАУКИ
ИСКУССТВОВЕДЕНИЕ
ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ НАУКИ

УДК 791.43.03

Ф.В. Копылов

Научный руководитель: доктор исторических наук, профессор О.Ю. Солодянкина

**РЕКЛАМНЫЕ АНОНСЫ В ПЕРИОДИЧЕСКОЙ ПЕЧАТИ
КАК ОСНОВНОЙ ИСТОЧНИК ПО ИСТОРИИ ГОРОДСКОЙ КИНОКУЛЬТУРЫ
ПЕРИОДА ВЕЛИКОЙ ОТЕЧЕСТВЕННОЙ ВОЙНЫ
(НА ПРИМЕРЕ Г. ЧЕРЕПОВЦА)**

Работа выполнена в рамках реализации ФЦП

«Научные и научно-педагогические кадры инновационной России» на 2009-2013 гг., ГК П 360.

В статье рассматриваются рекламные анонсы как исторический источник для исследования особенностей развития кино как досуговой практики жителей провинциального города. На основе рекламных афиш, публикуемых в периодической печати, рассматривается содержание репертуара провинциального кинотеатра военной эпохи.

Источниковедческий анализ, киноафиша, рекламный киноанонс, репертуар, жанр.

The article considers advertising as a historical source for studying the features of movie development as leisure time of residents of provincial cities. The content of a provincial theater repertory of the military epoch is considered on the basis of the posters, published in periodicals.

Source study analysis, movie billboard, preview, repertoire, genre.

В начале работы представим краткий историографический обзор исследований по данной тематике. Специально проблемой источниковедческого анализа киноафиш как источника по истории кино в отечественной историографии общероссийского характера до этого никто не занимался.

В советской историографии послевоенного периода был опубликован целый ряд работ по истории кино, которые носили обобщающий характер [1], [2], [4]. В этих работах рассматривается история русского и советского кино с момента его возникновения до современности. Авторы основываются, главным образом, на документах из фондов центральных ар-

хивов, партийных документах и постановлениях. Данная источниковая база дала исследователям возможность полноценного рассмотрения таких общих проблем, как: содержание фильмов и их количество в разные периоды времени, выявление общих тенденций в развитии кинематографа на разных этапах исторического развития. Авторы никак не затронули локальный уровень развития кино как досуговой практики, обращая, в первую очередь, внимание на историю развития киноискусства и подчеркивая его практически-воспитательный характер. Фильмы рассматриваются в непосредственной связи зависимости от событий той или иной эпохи.

В отличие от советских авторов некоторые представители современной историографии уделяют отдельное внимание афише как историческому источнику. Так, Г. Мягкова в своей работе [5] рассматривает афишу как источник по истории театра. В статье кратко прослеживается всемирная история театральной афиши с античных времен до нового времени, особое внимание уделяется при этом истории афиши в России с момента ее появления в XVIII в. и до начала XX в.; автор дает классификацию афишам, на их основе рассматривает содержание репертуара. Затрагиваются в работе и такие проблемы, как: влияние цензуры на афишу, оформление афиши и т.п. Историк С.Ф. Галанин в своей диссертации [3] исследует газетную рекламу как исторический источник и афиши в частности. Работа его ограничена локальными рамками города Казани и хронологическими рамками второй половины XIX в. Ученый первоначально дает краткую характеристику виду исторического источника, определяет специфику рекламы второй половины XIX в., далее идет характеристика казанских газет в целом. Последняя глава работы посвящена рекламе как источнику по истории хозяйственно-экономической и культурной жизни региона, а конкретнее: торговли, промышленности, сферы услуг и досуга. В последнем параграфе рассматриваются афиши как исторический источник.

Следует отметить, что данной проблеме в исторической науке пока уделяется мало внимания. Общие исследования не нуждаются в таких вспомогательных источниках, а на локальных уровнях тема еще недостаточно исследована.

После краткого обзора литературы обратимся непосредственно к проблеме нашего исследования. В военные годы в провинциальном городе Череповце, оказавшемся в прифронтовой зоне, действовал только один кинотеатр – «Горн». Он был открыт еще до революции и назывался изначально «Рояль-Вио». Специальных документов, в которых затрагивается деятельность кинотеатра в период войны и, в частности, содержания репертуара, к сожалению, не сохранилось. Однако это совсем не означает того, что нельзя определить репертуар кинотеатра.

В местной газете «Коммунист» печатались небольшие рекламные афиши. Небогатые по содержанию, они не представляют особого интереса с художественной точки зрения, но, тем не менее, используя этот источник, мы сможем узнать, какие фильмы показывались в кинотеатре в военное время, а точнее – в отдельные отрезки этого времени (так как афиши печатались нерегулярно).

«Коммунист» выходит несколько раз в неделю с 1918 г. и по настоящее время (сейчас газета «Речь»). Тогда это было одно из основных средств массовой информации небольшого провинциального города. Газета военной поры представляла собой лист, отпечатанный с двух сторон и содержащий самую разнообразную информацию. Тематика издания определялась духом времени – на первом листе печатали приказы ГКО и Верховного Главнокомандующего, сведения об уборке урожая, работе предприятий, социалистическом соревновании и многое другое. На вто-

рой – новости о работе общественных учреждений города, международные сводки, объявления. Реклама городских развлекательных мероприятий помещалась в правом нижнем углу на второй странице. Это могла быть информация о театральных гастролях, мероприятиях в городском саду Культуры и отдыха, лошадиных бегах на городском ипподроме и, конечно же, реклама кино.

Мы обратимся к вопросу, что представляла подобная кинореклама, как выглядела и какую информацию несла для читателя. Очевидно, что стиль ее менялся в течение военных лет. За 1941 г. подшивки газеты «Коммунист» не сохранились. В 1942 г. реклама публиковалась в газете довольно часто, с небольшими перерывами.

Первоначально киноафиша из «Коммуниста» имела следующий вид. В квадратной рамке, очерченной волнистыми линиями, располагалась по определенной системе наиболее важная информация. Первая строчка – это наименование кинотеатра, затем шли дата, название фильма, время сеансов, далее могла присутствовать информация о детских сеансах, в левом нижнем углу или просто внизу посередине ставилась буква «К». Название фильма всегда было написано жирным шрифтом большего размера, чем вся остальная информация. Подобный минимум содержался в каждой афише (см. рис. 1).



Рис. 1. Реклама в газете «Коммунист», 1942 г.

В рекламе могла присутствовать и дополнительная информация. Так, очень часто встречалась фраза «Принимаются заявки на культпоходы» [6]. В некоторых случаях афиши были более подробными – с указанием жанра фильма, или, если это был киносборник, с перечислением новелл, которые в него входили: «Сегодня и ежедневно демонстрируется новый звуковой художественный фильм «Боевой киносборник № 7». Программу сборника составляют шесть сатирических антифашистских киноновелл: 1) Ровно в семь, 2) Эликсир бодрости, 3) Белая ворона, 4) Самый храбрый, 5) Настоящий патриот, 6) Приемщик катастроф» [6]. Мы перечислили общие визуальные черты, которыми обладала кинореклама в газете в 1942 г. Открывая вторую страницу, ее можно было сразу заметить по выделенному большим шрифтом названию фильма.

С 1943 г. объявления о сеансах начинают публиковать гораздо реже, а сам стиль их меняется, становится менее броским. Так, например, в 1943 г. информации о сеансах не было с начала года и до конца июня. В июле – августе и октябре их публикуют с завидной периодичностью – буквально в каждом номере. В сентябре, ноябре и декабре – лишь несколько объявлений за весь месяц [7]. В 1944 – 1945 гг. гораздо больше сведений о театральных спектаклях, чем о киносеансах в городе.

Чем была вызвана такая закономерность, мы можем только предполагать. Известно, что городской кинотеатр работал на протяжении всей войны и принимал посетителей. Возможно, в тяжелых условиях не было четко отлаженной связи между управлением кинотеатра и редакцией газеты, либо возникли какие-либо разногласия между сторонами.

С 1943 г. несколько изменяется и сам стиль объявлений – волнистая, специально выделенная рамка исчезает и заменяется отделением объявления от остальной массы информации простыми линиями с трех сторон (с четвертой – переплет). Это изменение очень важно: афиша ранее занимала особое место в структуре газеты, и это делало ее более заметной. Теперь же она ничем не отличалась от обычного газетного объявления.

Мы рассмотрели афишу как визуальный источник, а теперь посмотрим, что за информация в нем содержится и что она может дать для исследователя. Используя этот источник, мы постараемся ответить на следующие вопросы: фильмы каких жанров показывали в кинотеатре в это время? Какие из них пользовались наибольшей популярностью среди зрителей? Естественно, весь объем кинопоказов за определенный хронологический период выяснить невозможно по причине прерывистости сведений в газете. Но на основе имеющихся данных тоже можно сделать определенные выводы.

Все сеансы в «Горне» делились на два больших блока: детские и взрослые. Начало показов было строго определенным в течение некоторого времени, затем могло незначительно меняться. Всего каждый день было по 2 (иногда 3) детских и 3 взрослых сеанса. Детские во второй половине дня (с 12.00 до 18.00), взрослые – с 18 до 23 часов. Иногда фильмы из взрослых сеансов показывали и детям, как правило, спустя некоторое время.

Реклама в газету давалась до начала, во время и в последний день показа. Эта схема использовалась далеко не во всех случаях. Иногда фильм рекламировали лишь один раз – в последний день его демонстрации, но чаще всего два раза – до начала и во время показа. На детские сеансы реклама давалась, как правило, один раз – за 1 – 2 дня до начала показа.

Мы можем сделать предположение, что фильмы, которые усиленно рекламировались в газете (по 3 раза) пользовались небольшим спросом у череповецкого зрителя. Однако здесь нельзя с уверенностью утверждать об этом; вероятно и то, что просто была возможность сделать более широкую рекламу на тот момент. Те же киноленты, которые повторялись через некоторое время после первого сеанса, определенно завоевали симпатии зрителей.

От вопроса о периодичности кинорекламы перейдем к тематике показанных кинокартин. За период с января 1942 по май 1945 г. были показаны следующие фильмы:

1. Кинокомедии.

Картины подобной тематики занимали особое место в репертуаре кинотеатров военной поры. Людям старались говорить не только о важности стоящих перед ним задач, но и отвлекать от суровой действительности, стараясь снять общее напряжение в массах. Прекрасный способ сделать это – показать людям хорошую комедию, чтобы они посмеялись и подняли себе настроение. Известную советскую комедию «Свинарка и пастух» демонстрировали в «Горне» три раза. Впервые показ состоялся в феврале [6], затем в июле 1942 г. [6] и осенью 1943 г. – в третий раз [6]. Кроме того, за годы войны в кинотеатре были показаны следующие комедии: «Музыкальная история», «Сто мужчин и она девушка», «Майская ночь», «Антон Иванович сердится», «Девушка с характером», «Волга-Волга», «Запоздалый жених» и многие другие [6]. Эти фильмы представляли чаще всего любовные истории и истории из жизни простых советских граждан. Элементы сатиры встречались также в агитационных киноновеллах, к которым мы и обратимся сейчас.

2. Агитационные и идеологические фильмы (в том числе военные хроники).

В этом блоке следует отметить, в первую очередь, так называемые антифашистские «Боевые киноальбомы», которые начинают выходить вскоре после начала военных действий. Сборник включал в себя несколько агитационных новелл. В «Истории советского кино» они охарактеризованы следующим образом: «Лучшие новеллы в «Боевых киноальбомах» были ценны своей мобильностью, острой подачей материала, агитационностью, открытым публицистическим обращением к зрителям» [4, с. 40]. Агитационный сборник преследовал цель пропаганды в народе против фашизма различными способами. Основной из них – это высмеивание различных сторон жизни фашистского режима и его представителей. За период войны их выпустили значительное количество. Источники свидетельствуют, что в «Горне» подобные киноальбомы пользовались большой популярностью в первые годы войны. Так, за 1942 г. было показано несколько выпусков и некоторые показы повторяли. В феврале 1942 г. – «Боевой киноальбом» №7 [6], в июне – №9 [6], в августе – №10 [6] и №3 (в конце месяца в течение одного дня) [6], в сентябре – №11 [6], а также повторяли 10 выпуск. Были представлены зрителю и другие политико-военные фильмы. Отметим некоторые из них. В 1942 г. показывали хроникальные фильмы – «Страна голубой реки» [6] и «Ленинград в борьбе» [6], антифашистско-агитационный – «Борьба продолжается» [6] и ряд других. Среди фильмов, имеющих антибуржуазную направленность, можно отметить кинокартину «Златые горы», продублированную через некоторое время после первого показа в январе 1942 г. [6].

3. Военная драма.

Жанр несет на себе печать времени. Включает в себя произведения как о первых героях Великой

Отечественной войны («Она защищает родину», «Непобедимые», «Истребители» [6], [7]), так и о тружениках тыла, которые тоже в какой-то степени являлись героями (к примеру, «На путях» [6] – картина о жизни железнодорожников в предвоенные годы).

4. Мелодрама.

Фильмы, популярные среди определенных слоев населения в любые времена. За указанный период зритель увидел киноленты «Актриса», «Машенька», «Приятели» и другие [6], [7], [8].

5. Исторические фильмы.

Данную группу можно также разделить на две небольшие категории: это кино о революционных героях и картины на другие исторические темы. В первой из них для примера отметим фильм о героине-большевике «Александр Пархоменко», который вышел на экраны в октябре 1942 г. [6], [7], [8] и был показан повторно в мае 1943 г. [7]. Демонстрировались также «Щорс», «Ленин в 1918 году», «Его зовут Сухэ-батор» [6], [7]. Для фильмов на другие исторические темы характерно опять же обращение к героическому прошлому России и других союзных республик как примеру для подражания в условиях жестокой войны: «Оборона Царицына», двухсерийный «Петр I».

Особое место в репертуаре кинотеатра занимали фильмы для детей. Детские сеансы всегда показывали в дневное время. В основном это были сказки: «Конек-Горбунок», «Сказка о глупом мышонке», «Колобок», «Красная шапочка» [6], [7], [8]; приключения – «Воздушное приключение», «Сокровища Ценского ущелья», «Черноморцы» [6], [7], [8]. Встречались также и фильмы, преследующие цель идеологического воспитания: «Красные дьяволята», «За советскую Родину» [6], [7], [8]. В 1943 г. для детей даже была показана работа «Ленинград в борьбе» [7], которую за год до этого увидел взрослый зритель.

Значительную долю репертуара провинциального кинотеатра составляют экранизации литературных произведений, которые мы посчитали необходимым отметить отдельно. Среди них фильмы, снятые по мотивам как произведений, уже ставших классикой, так и произведений современных писателей. Упоминаются экранизации литературного наследия русских классиков: М.Е. Салтыкова-Щедрина («Иудушка Головлева»), Н.В. Гоголя («Черевички»), М.Ю. Лермонтова («Маскарад»). В Череповце был показан и биографический фильм «Лермонтов». Из советских писателей экранизировали произведения М. Горького – «Дело Артамоновых», «Каин и Артем»; К. Симонова – «Жди меня»; Л. Леонова – «Нашествие»; Ю. Германа «Сын народа» и другие. Снимались фильмы и по произведениям зарубежных авторов – «Таинственный остров» и «Дети капитана Гранта»

Жюль Верна, «Принц и нищий» Марка Твена [6], [7].

В советских кинотеатрах в военное время, кроме фильмов собственного производства, демонстрировали и работы зарубежных режиссеров. Согласно источникам, с июня 1942 г. (до этого упоминаний не встречается) в кинотеатре г. Череповца показывали фильмы производства США – союзника СССР во Второй мировой войне. Среди них такие картины, как: «Мелодии вальса», «Миссия в Москву», «Эдисон» [6], [7], [8]. Упомянется также и один английский фильм – «Победа в пустыне» [7].

За время войны был показан один мультфильм [8] («Возвращенное солнце») и даже социально-психологическая драма [7] («Мечта») – жанр, нехарактерный для советского кинематографа той поры.

Таким образом, рекламные киноанонсы в периодической печати, первоначально используемые в качестве инструмента для привлечения зрителей в кинотеатры, сейчас служат нам хорошим источником в области изучения одной из повседневных практик городского досуга. В плане художественного оформления они ничем особым не примечательны. Однако информация, содержащаяся в этих объявлениях, дает возможность ответить на такие важные для исследователя вопросы, как: периодичность сеансов, содержание репертуара, как по тематике, так и по другим критериям. На основе повторяемости отдельных фильмов спустя некоторое время можно делать выводы о большой популярности их у зрителя. К сожалению, нам не удалось восстановить содержание репертуара за весь период по указанным выше причинам. Однако в общем масштабе данный вид источников представляет большой интерес для исследователя. Возможность привлечения вспомогательной литературы по истории кинематографа с подробными описаниями фильмов позволит дать наиболее полную и целостную картину.

Источники и литература

1. *Большаков, И.* Советское киноискусство в годы Великой Отечественной войны / И. Большаков. – М., 1948.
2. *Грошев, А.Н.* Краткая история советского кино: 1917 – 1967 / А.Н. Грошев. – М., 1969.
3. *Галанин, С.Ф.* Газетная реклама как исторический источник: по материалам казанских газет второй половины XIX века: дис. ... канд. ист. наук / С.Ф. Галанин. – Казань, 1999.
4. История советского кино. 1917 – 1967. – М., 1975.
5. *Мягкова, Г.* Из истории театральной афиши в России / Г. Мягкова // Русский Глобус (международный интернет-журнал). – 2005. – № 5.
6. Череповецкий центр хранения документации (ЧЦХД). – Ф. 363. – Оп. 1. – Д. 36.
7. ЧЦХД. – Ф. 363. – Оп. 1. – Д. 37.
8. ЧЦХД. – Ф. 363. – Оп. 1. – Д. 38.